



MEDIA BAHARU: MEDIUM PENYUBURAN NILAI PATRIOTISME DALAM KALANGAN BELIA

*NEW MEDIA: CULTIVATING PATRIOTISM VALUE THROUGH THIS MEDIUM
AMONG YOUTH*

Nur Aishah Zainal ^{1*}, Mohd Azul Mohamad Salleh ², Wan Amizah Wan Mahmud³

¹ Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia, Malaysia
Email: aishahnur2016@gmail.com

² Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia, Malaysia
Email: azul@ukm.edu.my

³ Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia, Malaysia
Email: wan_amizah@ukm.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 22.01.2020

Revised date: 09.02.2020

Accepted date: 14.06.2020

Published date: 15.06.2020

To cite this document:

Zainal, N. A., Salleh, M. A. M., & Mahmud, W. A. W. (2020). Media Baharu: Medium Penyuburan Nilai Patriotisme dalam Kalangan Media. International Journal of Law, Government and Communication, 5 (19), 167-174.

DOI: 10.35631/IJLGC.5190013.

Abstrak:

Media baharu amat berkait rapat dengan bidang komunikasi. Medium ini memainkan peranan yang sangat penting kepada masyarakat secara amnya. Fungsi utama medium ini adalah untuk menyebarkan pelbagai informasi khususnya bagi meningkatkan kesedaran terhadap nilai patriotisme. Isu ini perlu diberi penekanan secara terperinci dan haruslah dipupuk dalam kalangan rakyat Malaysia. Penyelidikan seumpama ini dilaksanakan bagi melihat bagaimana peranan media baharu mampu untuk menyebarluaskan nilai patriotisme menerusi informasi kenegaraan dengan memfokuskan kepada golongan belia. Teknologi media baharu menjadi suatu bentuk komunikasi bagi golongan belia untuk meningkatkan kesedaran terhadap semangat patriotisme. Kajian lepas membuktikan bahawa tahap kesedaran masyarakat khususnya golongan belia menerusi aspek patriotisme adalah kurang memberangsangkan dan perlu dipertingkatkan secara holistik. Kewujudan fenomena ini adalah dipengaruhi oleh pelbagai faktor semasa. Isu patriotisme menjadi aspek terpenting dan haruslah diberi penekanan yang serius kerana berupaya menjadi sebahagian daripada entiti negara. Oleh yang demikian, berlandaskan kepada Teori Penyuburan yang dipelopori oleh George Gerbner dan Larry Gross (1976), kertas konseptual ini membincangkan dengan lebih terperinci mengenai bagaimana nilai patriotisme yang disebarluaskan medium media baharu menerusi informasi kenegaraan mampu mewujudkan kesedaran patriotisme dalam kalangan belia di Malaysia.

Kata Kunci:

Media Baharu, Komunikasi, Patriotisme, Kesedaran, Belia

Abstract:

New media is closely linked to the field of communication. This medium plays a very important role for society in general. The main function of this medium is to disseminate various information, in particular, to raise awareness of the patriotism value. This issue needs to be emphasized in detail and should be nurtured among Malaysians. Such research is being carried out to see the role of the new media can spread the patriotism value through national information by focusing on youth. New media technology has become a form of communication for the youth to raise awareness of the patriotism spirit. Recent studies have shown that the level of youth awareness through patriotism, is less favourable and needs to be enhanced. The existence of this phenomenon is influenced by many factors. The issue of patriotism is an important aspect and should be given serious attention as it is capable of being part of a national entity. Therefore, based on Cultivation Theory by George Gerbner and Larry Gross (1976), this conceptual paper discusses in more detail how the patriotism values that disseminated with new media medium through national information can create awareness of patriotism among youth in Malaysia.

Keywords:

New Media, Communication, Patriotism, Awareness, Youth

Pengenalan

Media baharu adalah teknologi terkini yang berkait rapat dengan bidang komunikasi. Secara amnya, medium ini memainkan peranan yang sangat penting bukan hanya terhad kepada cabang komunikasi, malah berupaya menyebarkan maklumat kepada seluruh masyarakat. Medium komunikasi ini sememangnya mempunyai sasaran khalayaknya yang tersendiri khususnya kepada golongan belia. Fungsi utama medium ini adalah untuk menyebarkan pelbagai informasi khususnya bagi meningkatkan kesedaran terhadap isu patriotisme. Menerusi penyebaran maklumat, teknologi media mampu untuk mempengaruhi setiap golongan masyarakat dalam segenap sudut seperti pemikiran mahupun persepsi. Pengaruh teknologi media terhadap masyarakat terutamanya bagi seseorang individu itu adalah berbeza dan bergantung kepada pemikiran dan persepsi tersendiri.

Sememangnya penggunaan media sangat mudah dipraktikkan dalam gaya hidup masyarakat. Kenyataan ini disokong oleh Ilah Holilah (2016) yang menyatakan bahawa media sangat memainkan peranannya sebagai alat bagi penyebaran informasi dalam kalangan masyarakat. Selain menjadi agen penyampai kepada masyarakat, media baharu juga menjadi salah satu perantara mekanikal yang mengandungi, menyimpan dan mentransmisi mesej. Media baharu ini juga meliputi peranan yang menggunakan perantara tersebut untuk menyalurkan mesej. Menerusi perantara saluran media, sesuatu mesej dapat disalurkan kepada khalayak secara jelas dan meluas. Jarak di antara penyampai dan penerima maklumat tidak menjadi halangan kerana ianya boleh disalurkan dan diperoleh menerusi medium ini dalam jangka masa tertentu. Fungsi media yang diketahui umum juga merupakan pengganda maklumat yang sangat berpotensi untuk menyalurkan pelbagai informasi kepada kumpulan sasaran tertentu.

Kebanyakan penyampaian maklumat bergantung kepada alat media. Monika et al. (2017) menyatakan bahawa perkembangan media telah membawa banyak perubahan menerusi setiap aspek kehidupan manusia dan mempunyai sandaran yang kuat dalam proses penyampaian.

Walaubagaimanapun, variasi maklumat banyak disalurkan kepada masyarakat menerusi saluran media baharu. Inovasi teknologi media baharu yang lebih canggih berbanding dengan media tradisional amat membantu proses penyaluanan maklumat kepada masyarakat. Penyampaian maklumat ke arah media baharu lebih tertumpu kepada laman sesawang (website), blog dan media sosial. Informasi kenegaraan yang disalurkan menerusi kesemua medium media ini memainkan peranan yang sangat penting dalam menyebarkan maklumat, menyampaikan ilmu pengetahuan dan sekaligus mendidik masyarakat untuk lebih menghargai negara sendiri atau bersifat patriotisme.

Media baharu menjadi saluran komunikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk menyampaikan atau menerima maklumat berkaitan dengan sesuatu isu. Hal ini disebabkan sifat media itu sendiri yang dilihat lebih cepat dan pantas dalam memberi atau menerima sebarang maklumat. Penggunaannya sudah menjadi kebiasaan dan keperluan bagi masyarakat dunia masa kini. Media ini juga telah terbukti menjadi alat atau perantara terpenting dalam menyampaikan maklumat dan mesej tertentu. Informasi kenegaraan yang dipaparkan turut mengalami kesukaran dalam membina proses pemahaman dan penghayatan masyarakat menerusi mesej yang disampaikan. Sesetengah mesej yang disampaikan selain kurang jelas dan tidak interaktif mengelirukan pengguna yang membacanya. Mus Chairil et al. (2011) menyatakan bahawa perspektif dan sikap setiap individu adalah berbeza. Perspektif individu yang tidak mencukupi memberi kesulitan dalam menafsir maksud mesej yang diterima menerusi media. Fenomena ini turut memberi kesan terhadap kesedaran masyarakat untuk lebih meningkatkan kefahaman menerusi maklumat yang disampaikan.

Walaupun golongan belia mementingkan maklumat berkaitan dengan pelbagai sudut seperti politik, hiburan, ekonomi dan sebagainya, namun informasi kenegaraan juga perlu menjadi keutamaan rakyat Malaysia sebagai bahan rujukan untuk lebih memahami sesebuah negara dan sekaligus memupuk nilai patriotisme dalam diri mereka. Informasi kenegaraan yang disalurkan menerusi media juga adalah bersifat bermusim. Menurut Sayuti (2018), informasi kenegaraan hanya lebih rancak dipaparkan apabila terdapatnya aktiviti atau kempen menyemarakkan semangat patriotisme hanya sepanjang bulan Ogos iaitu bulan kemerdekaan. Secara tidak langsung keadaan ini memberi pengaruh kepada kecetekan ilmu pengetahuan berkaitan dengan aspek tersebut. Hasilnya, golongan belia kurang memahami erti kenegaraan, tiada semangat patriotisme dan cetek pengetahuan berkaitan dengan informasi tersebut. Fenomena ini menyebabkan golongan muda kurang mempunyai pengetahuan dan semangat patriotisme dalam diri sendiri. Seandainya informasi seumpama ini dipaparkan secara bermusim, proses pembelajaran kurang mendapat tempat dalam kalangan belia. Hal ini juga disokong dengan kenyataan Nazri & Jamsari (2004) yang menyatakan bahawa sememangnya semangat patriotisme kelihatan agak longgar dalam kalangan masyarakat khususnya generasi muda masa kini. Justeru itu, semangat patriotisme haruslah dipertingkat dari masa ke semasa dalam kalangan generasi muda.

Sorotan Literatur

Patriotisme dari perspektif Barat

Patriotisme mempunyai pandangan tersendiri dari sudut perspektif Barat. Menurut Zuhdi (2014), asal-usul patriotisme adalah daripada budaya turun-temurun masyarakat Barat. Ini adalah kerana perkataan patriotisme itu sendiri berasal daripada bahasa Yunani iaitu ‘Patria’ yang bermaksud tanah air (fatherland or homeland). Secara lebih lengkap maksud patriotisme ialah cintakan kepada tanah air dengan kesanggupan untuk menabur bakti kepada negara. Atas faktor perkataan ini berasal daripada bahasa Yunani dan kemudiannya digunakan oleh Bahasa

Inggeris, maka secara khususnya perkataan ini mempunyai kaitan dengan sejarah perkembangan budaya masyarakat Eropah daripada zaman Yunani sehingga zaman Barat Moden.

Almira (2017) pula menyatakan konsep patriotisme dari bahasa Yunani adalah diterjemahkan sebagai "rakan senegara". Patriotisme mengandaikan kebanggaan dalam pencapaian tanah air, keinginan untuk memelihara kebudayaan dan mengenal pasti tanah air sendiri. Walaubagaimanapun, terdapat juga perspektif lain mengenai patriotisme. Menurut Ali (2016), perkataan patriotisme berasal dari bahasa Latin dan boleh dicirikan sebagai setia kepada negara. Terdapat perspektif yang berbeza berkaitan patriotisme dari aspek ciri-ciri dan kandungannya.

Christopher (2009) menyatakan satu pandangan bahawa patriotisme sebagai gabungan kasih sayang untuk negara, corak kehidupan, nilai dan dasar yang bertanggungjawab untuk mengekalkan negara. Pandangan lain yang mendorong kepada perbezaan konseptual dalam patriotisme adalah seseorang yang mempunyai nilai dan cara hidup dari sokongan institusi sesebuah negara. Patriotisme juga boleh dikategorikan sebagai patriotisme simbolik (symbolic patriotism) dan patriotisme buta (blind patriotism). Patriotisme simbolik merupakan perkaitan seseorang kepada negara dan teras nilainya adalah melalui simbol. Manakala patriotisme buta pula dikaitkan dengan perspektif yang lebih kognitif iaitu mengenai hubungan antara individu dan negara.

Patriotisme Menurut Perspektif Islam

Perspektif patriotisme menurut Islam adalah sangat luas. Patriotisme menerusi istilah Arab disebut sebagai Hubb Al-Watan. Rasullullah SAW menjelaskan bahawa mencintai tanah air itu adalah sebahagian daripada iman seseorang individu. Dalam hadis Rasullullah SAW ini mempunyai pengertian yang sangat mendalam kerana Hubb Al-Watan atau patriotisme menjadikan seseorang mempunyai semangat yang tinggi untuk mempertahankan negaranya daripada sebarang anasir negatif sama ada yang berbentuk fizikal atau bukan fizikal. Apabila negaranya dipertahankan sekaligus mempertahankan agamanya. Ini kerana keamanan akan membenarkan seseorang individu untuk menjalankan fungsinya yang sebenar sebagai khalifah Allah SWT di muka bumi, sama ada untuk beribadah, mencari keselesaan hidup maupun untuk bersosial. Semangat patriotik dalam Islam boleh dilihat menerusi peristiwa peperangan para sahabat baginda menentang musuh dari kabilah Arab yang mempunyai tentera lebih berganda daripada tentera Islam (Siti Shamsiah 2005).

Patriotisme berdasarkan kepada perspektif Islam juga jelas dilihat dalam Al-Quran dan Hadis. Menurut Mohd Nor (2017), dalam konteks Islam, masyarakat haruslah memahami bahawa nilai dan semangat patriotisme banyak diungkapkan di dalam Al-Quran dan Hadis. Menurutnya, semangat patriotisme dapat diperjelaskan menerusi sejarah umat Islam terdahulu. Rasulullah SAW sendiri banyak digambarkan dalam Hadis betapa tingginya nilai kasih sayang baginda terhadap tanah air. Ini bermakna adalah menjadi satu kewajiban bagi setiap warga khususnya umat Islam untuk sentiasa menyemarakkan nilai kasih sayang dan kesetiaan kepada negara. Hal ini adalah berikutan kepada keperluan untuk memelihara, memperkasa dan memartabatkan Malaysia sebagai negara yang berpaksikan kepada agama Islam. Semangat patriotisme perlu wujud dalam setiap diri individu kerana ianya seiring dengan sunnah Rasullullah SAW yang mempamerkan rasa kecintaan yang tinggi kepada tanah air baginda, Mekah dan Madinah. Walaupun misalnya berada di negara yang dipimpin oleh orang bukan Islam, seseorang individu masih perlu menunjukkan semangat patriotisme yang tinggi dengan bersama menjaga keamanan dan keharmonian negara.

Pemupukan Kesedaran Mengenai Nilai Patriotisme Melalui Teknologi Media Baharu

Penyebaran maklumat menerusi media baharu berkaitan dengan informasi kenegaraan telah banyak dilakukan oleh pelbagai organisasi. Strategi ini adalah merupakan salah satu cara untuk menekankan semangat patriotisme dalam kalangan masyarakat. Antara organisasi atau pertubuhan yang melaksanakan penyebaran maklumat yang berkaitan adalah Jabatan Penerangan Malaysia (JaPEN). JaPEN yang merupakan organisasi kerajaan di bawah Kementerian Komunikasi dan Multimedia (KKMM) memainkan peranan yang penting dalam penyebaran informasi kenegaraan menerusi media baharu. Jabatan ini juga berfungsi untuk menterjemah dan memasarkan dasar serta agenda negara agar difahami, disokong, dihayati dan dibudayakan oleh seluruh masyarakat. Selain meningkatkan semangat patriotisme dalam kalangan masyarakat khususnya belia, jabatan ini juga mengatur strategi untuk meningkatkan kefahaman, sokongan, keyakinan dan penglibatan masyarakat terhadap dasar dan program kerajaan. Informasi kenegaraan yang disalurkan menerusi JaPEN adalah melalui media baharu seperti laman sesawang (website), YouTube, Facebook, Twitter, Blog dan Instagram (Jabatan Penerangan Malaysia 2018).

Organisasi lain yang memberi tumpuan kepada penyebaran informasi kenegaraan adalah Institut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia (IYRES). IYRES ditubuhkan sebagai badan berkanun yang bertindak sebagai pusat penyelidikan pembangunan belia kebangsaan. Badan berkanun ini bertanggungjawab bagi menjalankan penyelidikan pembangunan belia, menganalisis isu-isu semasa, menyebarkan maklumat, menilai dan menyediakan input rujukan untuk pembangunan belia. Selain itu, IYRES juga bekerjasama, menyelaras dan menyertai program atau aktiviti pembangunan belia yang berkaitan dengan penyelidikan yang dianjurkan oleh organisasi kebangsaan atau antarabangsa. Pelbagai kajian yang telah dilaksanakan berkaitan dengan informasi kenegaraan dan belia. Peranan yang dilaksanakan oleh IYRES adalah hampir sama dengan JaPEN. Maklumat yang disalurkan juga banyak menggunakan saluran media baharu (Institut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia 2015).

Pelbagai organisasi dan agensi yang berperanan untuk menyampaikan informasi kenegaraan kepada masyarakat. Penyampaian informasi kenegaraan tidak hanya tertakluk kepada peranan organisasi atau agensi sahaja. Teknologi media baharu yang bertindak sebagai agen sosialisasi juga memainkan peranan dengan menyebarluaskan informasi berkaitan kenegaraan kepada seluruh masyarakat. Melalui media, pelbagai sumber maklumat kenegaraan disebarluaskan kepada masyarakat. Informasi kenegaraan yang disebarluaskan melalui media baharu dapat meningkatkan semangat patriotisme dalam kalangan masyarakat khususnya golongan belia. Kumpulan masyarakat juga mengambil langkah dengan menyebarkan informasi berkaitan seperti dengan berkongsi pautan dan menghasilkan penulisan di media baharu untuk memberi kesedaran kepada masyarakat lain agar lebih bersifat patriotisme. Kenyataan ini disokong oleh Ciacu (2008) yang mengatakan bahawa dalam budaya media baharu masa kini, masyarakat tidak hanya menggunakan media baharu secara pasif. Masyarakat masa kini lebih bergiat aktif sebagai tanda partisipasi bagi menghasilkan suatu kandungan berinformatif dalam sebarang bentuk penulisan dan pada skala yang berbeza.

Penyebaran informasi kenegaraan melalui media baharu adalah sangat penting untuk dilaksanakan. Ini kerana kajian terdahulu membuktikan bahawa tahap kesedaran masyarakat khususnya golongan belia menerusi aspek patriotisme adalah kurang memberangsangkan dan perlu dipertingkatkan secara holistik oleh semua pihak. Kewujudan fenomena ini adalah dipengaruhi oleh pelbagai faktor semasa. Isu patriotisme menjadi aspek terpenting dan haruslah diberi penekanan yang serius kerana berupaya menjadi sebahagian daripada entiti negara.

Hamidi et al. (2017) menyatakan bahawa golongan muda seharusnya memiliki semangat patriotisme yang utuh terhadap negara. Ini disebabkan belia masa kini mempunyai semangat patriotisme yang masih rendah. Isu atau masalah yang melanda kebanyakan belia pada masa kini adalah kurang memiliki elemen patriotisme dalam diri sendiri. Belia merupakan input terpenting kepada pembangunan sesebuah negara dan haruslah mempunyai kuasa persaingan untuk mencintai tanah air sendiri. Kemajuan negara juga adalah bergantung kepada mereka kerana belia adalah aset negara yang sangat berharga.

Pemaparan informasi kenegaraan di media baharu masih belum diterima sepenuhnya oleh golongan muda. Atas faktor tersebut juga, tahap kesedaran terhadap isu ini menjadi aspek terpenting untuk diberi penekanan secara khusus. Mohd. Ayop (2015) menyatakan bahawa kesedaran terhadap isu ini sangat kurang mendapat tempat di hati masyarakat di negara ini. Selain pendekatan dalam penyaluran maklumat yang kurang berkesan, tahap kesedaran masyarakat dalam aspek patriotisme juga kurang menonjol berbanding dengan negara luar. Beliau juga menyatakan bahawa negara seperti Jepun dan Amerika Syarikat (AS) adalah contoh negara yang memiliki semangat patriotisme yang tinggi dalam kalangan rakyatnya. Dalam Kaji Selidik Nilai Sedunia pada tahun 1981-1982, 1990-1991 dan 1995-1996 didapati 96 hingga 98 peratus rakyat Amerika Syarikat (AS) menyatakan bahawa masyarakatnya sangat berbangga dengan negara masing-masing. Kajian itu juga mendapati AS berada di tangga teratas dari segi semangat patriotik. Penyelidikan tersebut juga telah mendapati bahawa elemen patriotisme di negara tersebut diterapkan dalam semua bidang kehidupan merangkumi politik, ekonomi, keselamatan, sosial dan hubungan diplomatik. Noor Mohamad Shakil (2014) pula menyatakan kajian berkaitan indeks patriotisme pernah dilaksanakan oleh Biro Tatanegara (BTN) pada tahun 2014 yang membabitkan 1,200 responden dalam kalangan penuntut institusi pengajian tinggi (IPT) awam dan swasta. Hasil kajian itu mendapati bahawa Indeks Patriotisme Negara ini dalam kalangan penuntut berada pada skor rendah iaitu pada purata 3.8. Hasil dapatan ini menunjukkan indeks patriotisme dalam kalangan anak muda berada pada tahap yang rendah dan memberi gambaran awal bahawa generasi muda masa kini memiliki tahap patriotisme yang mengecewakan.

Analisis Teori

Kajian ini dilaksanakan dengan menggunakan Teori Penyuburan atau *Cultivation Theory*. Teori ini diperkenalkan oleh George Gerbner dan Larry Gross pada tahun 1976. Teori yang ditubuhkan oleh sarjana ini adalah untuk menunjukkan bahawa media berupaya untuk mempengaruhi pemikiran seseorang di samping memberi kesan dalam tempoh jangka masa panjang. Secara amnya, teori ini juga menunjukkan bahawa media memainkan peranan dalam membentuk atau mewujudkan konsep pengguna mengenai realiti sosial. Kesan gabungan pendedahan medium ini secara berterusan kepada pengguna dari masa ke semasa akan membentuk persepsi realiti sosial bagi seseorang individu dan budaya secara holistik. Teori Penyuburan telah memberikan nilai pada masa lalu dengan merangsang kesan media kepada penyelidik untuk berfikir lebih lanjut pada peringkat makro iaitu dengan menggunakan pendekatan yang lebih naturalistik dan sistematik merentasi komponen yang berbeza dalam fenomena media yang semakin meluas (Potter 2014).

Menurut teori ini, terdapat tiga andaian yang dikemukakan. Andaian pertama yang dikemukakan adalah merujuk kepada medium. Ianya menerangkan bahawa setiap media secara dasarnya adalah berbeza antara satu sama yang lain. Andaian kedua dalam teori ini ialah audiens. Penyampaian maklumat di media membentuk cara individu di dalam sesebuah masyarakat berfikir dan berhubung antara satu sama lain. Ketiganya ialah fungsi medium

terhadap audiens. Ini adalah bererti media diandaikan memberi kesan kepada audiens (Mohd Sobhi et al. 2018).

Walaupun idea utama teori ini memperihalkan mengenai aspek pendedahan keganasan oleh media khususnya menerusi televisyen, Teori Penyuburan ini diperkembangkan untuk melihat kepada perspektif yang berbeza. Wing (2015) menyatakan bahawa idea utama teori ini adalah penonton televisyen melihat dunia sebenar sebagai sangat berbahaya dan lebih menakutkan dari dunia sebenar. Aspek ini menggambarkan bahawa media melalui medium televisyen membentuk konsep realiti sosial. Televisyen mempunyai kepentingan sebagai medium yang mempengaruhi persepsi tentang realiti sosial untuk meneroka penyuburan sikap manusia. Pendedahan kepada mesej media meningkatkan akses kepada imej yang berkaitan dalam memori dan sekaligus memainkan peranan penting dalam membentuk pandangan individu terhadap dunia yang nyata. Perkaitan Teori Penyuburan dan kajian ini adalah melihat kepada jenis medium yang berbeza iaitu melalui media baharu dan penyuburan di dalam aspek patriotisme.

Teori Penyuburan yang diperkembangkan dalam kajian ini membantu untuk memupuk dan menyuburkan nilai patriotisme menerusi pemaparan informasi kenegaraan. Aspek pemikiran, sikap serta persepsi seseorang akan mengalami perubahan apabila menggunakan media sebagai medium komunikasi terutamanya menerusi penggunaan media baharu dalam kehidupan mereka. Ini lebih menjelaskan fungsi media baharu sebagai platform proses pembelajaran kendiri untuk seluruh masyarakat. Dalam masa yang sama maklumat yang disalurkan juga mampu menanamkan semangat patriotisme dalam diri individu, terutamanya untuk golongan muda seperti belia. Seperti yang ditekankan dalam teori ini, peranan media itu sendiri khususnya melalui media baharu banyak memberi gambaran dalam menyampaikan maklumat kenegaraan untuk menyebarkan nilai atau isu berkaitan patriotisme kepada masyarakat terutamanya golongan muda seperti belia. Medium ini juga bertanggungjawab bagi menggiatkan pelbagai kempen dalam usaha meningkatkan semangat patriotisme dalam kalangan masyarakat. Ini ditambah lagi masyarakat masa kini lebih tertumpu kepada skrin telefon pintar dan secara tidak langsung memudahkan aktiviti penyampaian maklumat dilakukan. Sharifah Nora (2018) mengatakan bahawa media baharu berasaskan Internet menjadi satu kaedah komunikasi yang paling efisyen, di mana segala bentuk dan pelbagai informasi dapat diakses dengan mudah dan murah. Medium yang boleh digunakan menerusi telefon pintar menjadi teknologi siber yang paling berkesan bukan hanya sebagai penyampai, tetapi mampu memupuk dan mempengaruhi masyarakat berlandaskan kepada informasi yang disampaikan.

Kesimpulan

Kesimpulannya, teknologi media baharu sangat penting dan memainkan peranan besar dalam kumpulan masyarakat. Hubungan antara media dan masyarakat ini saling mempunyai persamaan dan berkait rapat. Semua perkara realiti sosial yang berlaku dalam masyarakat adalah sumber maklumat utama untuk media baharu. Media baharu juga memainkan peranan dan tanggungjawab yang penting dalam membina struktur komuniti. Oleh itu, strategi komunikasi bersepadu semua pihak perlu dipertingkatkan dan dilaksanakan secara sistematik menerusi media baharu untuk menangani isu patriotisme melalui informasi kenegaraan sebagai salah satu langkah kesedaran untuk seluruh masyarakat. Berdasarkan Teori Penyuburan, aspek ini sangat penting dalam meningkatkan kesedaran masyarakat, terutamanya golongan muda, mengenai kepentingan patriotisme bagi setiap individu dan seluruh masyarakat. Kajian lanjut berunsurkan patriotisme ini perlu dilakukan secara meluas untuk lebih memahami isu berkaitan dan sekaligus memupuk nilai patriotisme dalam diri setiap individu.

Rujukan

- Ali Altikulac. (2016). Patriotism and Global Citizenship as Values: A Research on Social Studies Teacher Candidates. *Journal of Education and Practice*, 7(36), 26-33
- Almira, M. G. (2017). Formation of patriotism of bachelors in a multicultural environment of Kazan Federal University. *Revista San Gregorio*, 20 (Special Edition), 112-117
- Anon. (2015). Belia dan patriotisme. <https://belia.org.my/wp/2009/12/30/belia-dan-patriotisme/> [10 Julai 2019]
- Anon. (2018). <http://pmr.penerangan.gov.my/index.php/mengenai-pmr> [1 Julai 2018]
- Christopher S. P. (2009). Symbolic versus Blind Patriotism. *Political Research Quarterly*, 1-18
- Ciacu, G.N. (2008). The impact of new media on society. <https://www.researchgate.net/publication> [1 November 2019]
- Hamidi Ismail, Tuan Pah Rokiah Syed Hussain, Shamsul Anuar Nasarah, Wasitah Mohd Yusof & Zaheruddin Othman. (2017). Nilai patriotisme belia Malaysia. *Jurnal Pengajian Belia Malaysia*, 16, 87-100
- Ilah Holilah. (2016). Dampak media terhadap perilaku masyarakat. *Jurnal Studi Gender dan Anak*, 3(1), 103-114
- Mohd Ayop Abd. Razid. (2015). Indeks ukur tahap patriotisme rakyat. <http://www.utusan.com.my/rencana/indeks-ukur-tahap-patriotisme-rakyat-1.134505/> [1 Mac 2018]
- Mohd Sobhi Ishak, Azahar Kasim, Awan Ismail & Norsiah Abdul Hamid. (2018). Teori dalam penyelidikan media: Analisis tahun 2002 hingga 2012. *E-Bangi*, 13(1), 1-20
- Mohd Nor Mamat. (2017). Tuntutan patriotisme menurut Islam. <http://www.penerangan.gov.my/> [1 Disember 2019]
- Monika @ Munirah Abd Razzak, Nor Hizwani binti Ahmad Thohir & Nik Mohd Zaim Ab Rahim. (2017). Peranan media dalam pendidikan: Kajian terhadap drama Matahari Terbit Lagi. *Proceeding of International Seminar On Tarbiyah 2017*, Institut Agama Islam Negeri Bukit Tinggi, Indonesia, 17-20 Oktober
- Mus Chairil Samani, Jamilah Maliki & Norazimah Abd Rashid. (2011). Literasi media: Melahirkan pengguna media berpengetahuan. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 13(2), 41-64
- Nazri Muslim & Jamsari Alias. (2004). Patriotisme: Konsep dan pelaksanaannya di Malaysia. *Pusat Pengajian Umum*, 1-9
- Noor Mohamad Shakil Hameed. (2014). Indeks patriotisme uji tahap kesetiaan. http://ww1.utusan.com.my/utusan/Rencana/20140820/re_01/Indeks-Patriotisme-uji-tahap-kesetiaan [1 Mac 2018]
- Potter, W. J. (2014). Three strategies for elaborating the cultivation hypothesis. *Journal of Communication*, 64, 1015-1036
- Sayuti Mukhtar. (2018). Benarkah semangat patriotisme semakin luntur. Jabatan Hal Ehwal Khas (JASA) <http://www.jasa.gov.my/> [1 Oktober 2019]
- Sharifah Nora Othman. (2018). Dakwah alam siber rentas sempadan. *Kertas Penyelidikan 2018*, 1-26
- Siti Shamsiah Md Supi. (2005). Patriotisme Separuh Iman. <http://www.ikim.gov.my/> [16 November 2019]
- Wing Tung Lai, Cheuk Wun Chung & Nga Sze Po. (2015). How do Media Shape Perceptions of Social Reality? A Review on Cultivation Theory. *Journal of Communication and Education* 2(2): 1-17.
- Zuhdi Marzuki. (2014). Patriotisme Menurut Perspektif Islam dan Barat. <http://www.tarbawi.my/> [3 November 2019]